

## Studienarbeit

Thema der Arbeit:

### **Stadtteilzeitung als ein Medium sozialer Arbeit in sozialen Brennpunkten**

Seminar

‘Nordstadtwerkstatt’  
Veranstaltungs-Nummer: 03814

Erstleser

Prof. Dr. Florian Tennstedt

Zweitleser

Dr. Peter Hammerschmidt

Verfasser

Jens Maienschein

XXX

XXX

7. Fachsemester  
Matrikel-Nr. XXX

*„Ein nicht zu vernachlässigender Aspekt der Öffentlichkeitsarbeit ist schließlich zu nennen: die sogenannte Mundpropaganda, denn – die beste Öffentlichkeitsarbeit ist eine gute, bürgerorientierte Stadtteil-/Gemeinwesenarbeit.“<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Stadtteilbüro Malstatt, 1997, S.66

<b><u>Inhaltsverzeichnis</u></b>	<b><u>Seite</u></b>
<b>Einleitung</b>	<b>4</b>
<b>1. Zur Definition der Begriffe</b>	<b>6</b>
<b>1.1 Soziale Arbeit</b>	<b>6</b>
<b>1.2 Soziale Brennpunkte</b>	<b>7</b>
<b>2. Stadtteilzeitungen als Chance für soziale Arbeit und die StadteilbewohnerInnen</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Öffentlichkeitsarbeit in der sozialen Arbeit</b>	<b>12</b>
<b>2.2 Medien in sozialen Brennpunkten</b>	<b>14</b>
<b>2.3 Zielgruppen von Stadtteilzeitungen in sozialen Brennpunkten</b>	<b>17</b>
<b>3. Stadtteilzeitungen in Deutschland – ein Vergleich ausgewählter Projekte</b>	<b>18</b>
<b>3.1 Stadtteilzeitungen der GWA-Projekte des „Forum Gemein Wesen Arbeit Saar“</b>	<b>18</b>
<b>3.2 Stadtteilzeitungen mit GWA-Projekten, Vereinen oder Mischformen als Träger</b>	<b>24</b>
<b>3.3 „West Seit“ – eine Offenburger Stadtteilzeitung</b>	<b>26</b>
<b>3.4 „D’r Wibling’r“ – Stadtteilzeitung in Ulm</b>	<b>28</b>
<b>3.5 „westwärts“ – eine Stadtteilzeitung der SPD in Kassel</b>	<b>29</b>
<b>3.6 „Nordwind“ – ein Hochschulprojekt</b>	<b>30</b>
<b>4. Konzeptionelle Überlegungen für Stadtteilzeitungen in der sozialen Arbeit – verallgemeinerbare Resultate</b>	<b>34</b>
<b>4.1 Die Redaktion und ihre Kooperationspartner</b>	<b>35</b>
<b>4.2 Die Finanzierung</b>	<b>37</b>
<b>4.3 Die Verteilung, oder: Wie kommt die Zeitung zu den BürgerInnen?</b>	<b>38</b>
<b>5. Ausblick</b>	<b>41</b>
<b>6. Literatur</b>	<b>42</b>
<b>7. Anhang 1: Fragebogen zur Erstellung eines Vergleiches von Stadtteilzeitungen</b>	<b>43</b>
<b>8. Anhang 2: Adressenliste der hier behandelten Stadtteilzeitungen</b>	<b>46</b>

## Einleitung

Ausgangspunkt dieser Ausarbeitung war meine Mitarbeit in der Redaktion der 1999 neu entstandenen Stadtteilzeitung „Nordwind“ für den Kasseler Stadtteil Nordstadt. Dieses Initiativprojekt wird getragen durch die Projektgruppe „Nordstadtwerkstatt“ des Fachbereiches Sozialwesen der Universität Gesamthochschule Kassel. Die TeilnehmerInnen, die sich größtenteils schon seit einiger Zeit mit der Thematik „Gemeinwesenarbeit“ (GWA) auseinandersetzen, hatten die Idee, eine Stadtteilzeitung in dem Stadtteil, dessen soziale Strukturen erhebliche Defizite aufweisen, zu initiieren. Ein solches Kommunikationsmedium, das Informations- und Mitsprachemöglichkeiten beinhaltet, könnte nach Ansicht der Projektgruppe eine echte Chance für den Stadtteil bedeuten. Zur Unterstützung dieser Arbeit, die ja im Grunde genommen von „Zeitungslaien“ vollzogen wird, erschien es mir notwendig, mich umzuschauen, welche Formen von Stadtteilzeitungen es bereits gibt. Bei der Recherche stellte ich ziemlich bald fest, dass es praktisch noch keine Literatur zu der Thematik „Stadtteilzeitung“ gibt. Zwar werden solche Projekte immer mal wieder unter dem Übergriff „Öffentlichkeitsarbeit“ am Rande von GWA-Projekten erwähnt oder in einer Zeitschrift erscheint ein Praxisbericht; von einer theoretischen Ausarbeitung dieser speziellen Thematik kann aber bis jetzt noch nicht die Rede sein. So stand die Idee im Raum, eine Erhebung über solche Projekte ins Leben zu rufen und diese in Form einer Studienarbeit auszuwerten. In die Auswertung sollen aber auch meine eigenen Erfahrungen aus der Zeitungsarbeit in der Nordstadtwerkstatt einfließen, um dann einige allgemeingültige Resultate auszuformulieren. Die Idee, Stadtteilzeitungen auch als eine Chance für die soziale Arbeit allgemein anzusehen, und das insbesondere auch in sozialen Brennpunkten, scheint mir bisher noch keine Beachtung gefunden zu haben.

Ich möchte also, nach einer kurzen Begriffsdefinition, auf Öffentlichkeitsarbeit – allgemein - in der sozialen Arbeit und dann auf die spezielle Situation von Medien in sozialen Brennpunkten eingehen. Nach einer

Überleitung zu der Thematik von Stadtteilzeitungen und deren Zielgruppen in diesen Gebieten, sollen dann mögliche Organisationsformen anhand von praktischen Beispielen dargestellt werden. Anschließend daran möchte ich versuchen, einige allgemeingültige Schlußfolgerungen aufzustellen und als Abschluß dann einen kurzen Ausblick anbieten.

Im Blick auf die von mir durchgeführte Erhebung eines Vergleiches von Stadtteilzeitungen in Deutschland, möchte ich mich an dieser Stelle noch bei allen Beteiligten für die, mir zugekommene, freundliche Unterstützung - ohne die diese Arbeit nicht möglich gewesen wäre - aufs herzlichste bedanken. Die Tatsache, daß mein Vorschlag, den beteiligten Projekten der Erhebung die Auswertung auf Wunsch zuzusenden, mit großem Zuspruch beantwortet wurde, zeigte mir noch einmal deutlich den Bedarf einer Aufarbeitung der Thematik und somit auch die Bedeutung dieser für die praktische Arbeit in den Projekten an. Im Anhang 2 habe ich dann noch eine Adressenliste aller erhobenen Projekte aufgeführt, um hier eine, auch praktisch verwendbare Auswertung vorzulegen.

## 1. Zur Definition der Begriffe

### 1.1 Soziale Arbeit

Wenn man sich die gesamte Bandbreite sozialer Arbeit anschaut, findet man sie in den verschiedensten Lebensbereichen im Stadtteil. Allgemeiner sozialer Dienst (ASD), Altenhilfe, Jugendarbeit, Jugendberufshilfen, Schulsozialarbeit, Kinderarbeit, Kulturarbeit, Ausländerarbeit, Behindertenarbeit sind nur einige von vielen Arbeitsgebieten. Ein allgemeiner Definitionsversuch trägt allerdings Schwierigkeiten mit sich:

*„Zunächst suggeriert die Verwendung des Begriffs Soziale Arbeit, daß damit auf Zusammenhänge pädagogisch orientierter sozialer Arbeitsfelder verwiesen werden könnte, die praktisch und theoretisch zumindest grundsätzlich von einem einheitlichen Handlungsmuster bestimmt werden. Es gibt aber keine Eindeutigkeit über die Arbeitsfelder, die zur Sozialen Arbeit gehören, es gibt kein verbindendes Grundmuster des Handelns (Paradigma), es fehlt überdies bislang ein prägendes theoretisches Konzept [...]. Somit besteht die Tauglichkeit auch dieses Begriffes v.a. auf einer Ebene pragmatisch orientierter Überlegungen: Soziale Arbeit als Sammelbegriff für alle Teilbereiche der Sozialarbeit/Sozialpädagogik, die jeweils durch Angebote, Dienste und Veranstaltungen bestimmt werden, in denen die Handlungsmöglichkeiten Beratung, Erziehung, Fürsorge, Hilfe und Pflege mehr oder weniger dominierend sind, als Verweis ‘auf das Insgesamt von Einrichtungen und Dienstleistungen, welche über die privaten, individuellen Anstrengungen zur Daseinsvorsorge hinaus ein menschenwürdiges Leben sichern und gegen Risiken und Notlagen im Lebenszyklus und Arbeitsprozeß beschützen sollen‘ [...]. Das sind heute unbestritten die Bereiche Alten-, Gesundheits-, Jugend- und Sozialhilfe<sup>2</sup>*

Auf einen Stadtteil bezogen, möchte ich diese klassische Einteilung jedoch noch erweitern, bzw. differenzieren. Hier wird in erster Linie von einem Mißstand oder Defizit ausgegangen. Mir scheint aber der Anteil sozialer Arbeit am „normalen“ Leben, also ihr präventiver Aspekt, auch eine wesentliche Rolle zu spielen, bzw. sie kann diese einnehmen. So gehört doch etwa ein Jugendzentrum, meiner Meinung nach, nicht zum „Jugendhilfebereich“ und ein Kulturzentrum kann zwar durchaus eine

---

<sup>2</sup> Kreft, D.; Mielenz, I., 1996, S. 510

Unterstützung im persönlichen Lebensbereich eines Einzelnen darstellen, als „Hilfeeinrichtung“ würde ich es deshalb noch längst nicht bezeichnen. Soziale Arbeit im Stadtteil kann mit den Begriffen „Stadtteilorientierte Sozialarbeit“ oder „Gemeinwesenarbeit“ wesentlich besser umfaßt werden. Die GWA als „dritte Methode der Sozialarbeit“, neben Einzelfallarbeit und Gruppenarbeit, bezieht grundlegend den Sozialraum der Menschen mit ein, muß also auch in ihrer Bandbreite mehr als „nur“ Hilfebereiche enthalten. Stadtteilzeitungen als fachübergreifende Kommunikationsmedien sind auch gerade deswegen häufig im Umfeld von GWA-Projekten zu finden. Sie bewegen sich ihrerseits niemals allein in den „Problemzonen“ der Menschen. Eine Identifikation mit dem Stadtteil, nur aufgrund von Negativität, würde ja wiederum einer Stigmatisierung gleichkommen. Genau das soll aber gerade vermieden werden. Soziale Arbeit bedeutet für mich in diesem Zusammenhang also nicht nur eine „Mängelbeseitigung“ sondern auch – einfach ausgedrückt - die Dinge, die das Leben im Stadtteil etwas lebenswerter machen. Dazu könnte man beispielsweise durchaus auch die Arbeit eines Sportvereines oder auch die Organisation eines Flohmarktes im Stadtteil zählen.

## 1.2 Soziale Brennpunkte

„Soziale Brennpunkte“ ist ein Begriff, der in den 70er Jahren im Zusammenhang mit der Arbeit mit Obdachlosen und Notunterkünften entstanden ist. Er bezieht sich meist auf kleinere Wohngebiete oder Wohnsiedlungen. Innerhalb eines Stadtteiles können mehrere solcher Gebiete verortet sein. 1979 wurde vom „Deutschen Städtetag“ (DST) folgende Definition erarbeitet:

*„Soziale Brennpunkte sind Wohngebiete, in denen Faktoren, die die Lebensbedingungen ihrer Bewohner und insbesondere die Entwicklungschancen von Kindern und Jugendlichen negativ bestimmen, gehäuft auftreten.“<sup>3</sup>*

---

<sup>3</sup> Becker, U., 1996, S. 525

In Hessen werden die „Grundsätze zur Verbesserung der Lage in Sozialen Brennpunkten“ schon seit 1973 im „Brennpunkt-Erlass“<sup>4</sup> geregelt. Hartmut Fritz, 1. Vorsitzender der „Landesarbeitsgemeinschaft Soziale Brennpunkte Hessen e.V.“ (LAG), schreibt in der Jubiläumsschrift zum 25jährigen Bestehen der LAG allerdings:

*„Heute kann festgestellt werden, daß die Auflösung fast aller Obdachlosenunterkünfte und die Umwandlung von Sozialen Brennpunkten in normale Wohngebiete in weiten Teilen Hessens geglückt ist.“<sup>5</sup>*

Der Begriff wird - wegen seiner stigmatisierenden Wirkung - kaum noch verwendet. In dieser Arbeit benutze ich diesen Ausdruck dennoch, um auf die Mißstände in solchen (immer noch vorhandenen) Gebieten mit Nachdruck eine Betonung zu legen.

In der Fachdiskussion wird mittlerweile der – von Fachleuten der Sozialarbeit geprägte - Begriff „benachteiligte Regionen“ verwendet.

*„Unter ‘benachteiligten Regionen‘ werden Gebiete verstanden,  
- die in ihrer Ausstattung mit sozialer Infrastruktur und (sozialen) Dienstleistungen unterversorgt sind und in denen auch ‘Begegnungsmöglichkeiten‘ fehlen, d.h. Räume zur informellen und formalen Kommunikation;  
- in denen sich die Wohn- und Wohnumfeldsituation beeinträchtigend auf die Lebensweise der dort lebenden Menschen, besonders auf die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen, auswirken;  
- in denen viele Menschen leben, die in ihrer materiellen- und Wohnsituation, in ihrer Bildungs- und Arbeitssituation und ihren Möglichkeiten zur Teilhabe am gesellschaftlichen Leben benachteiligt sind.*

*Es sind Gebiete, die gekennzeichnet sind durch einen hohen Anteil an Haushaltungen mit extrem niedrigen Einkommen gemessen am Durchschnitt der Bevölkerung, außerordentlich hohen Anteil an Sozialhilfeempfängern, besonders hohen Anteil an Kindern und Jugendlichen mit schlechten Bildungschancen und –abschlüssen, von jugendlichen und Langzeitarbeitslosen, Ein-Eltern-Familien und einen (relativ) hohen Anteil an Ausländerfamilien.“<sup>6</sup>*

---

<sup>4</sup> Vgl. Hessisches Ministerium Für Frauen, Arbeit und Sozialordnung, 1994

<sup>5</sup> Landesarbeitsgemeinschaft Soziale Brennpunkte Hessen e.V., 1999, S. 1

<sup>6</sup> Becker, U., 1996, S.525



Wenn in dieser Arbeit von sozialen Brennpunkten die Rede ist, so ist die Definition derselben - in diesem Zusammenhang - entsprechend der aktuelleren, eben aufgeführten, von benachteiligten Regionen anzusehen.

## 2. Stadtteilzeitung als Chance für die soziale Arbeit und die Stadtteilbewohner

Stadtteilzeitungen sind Zeitungen (meistens im DIN A4 Format), die sich auf einen Stadtteil oder ein bestimmtes Wohngebiet beziehen. Sie sind meistens nur hier erhältlich und werden entweder in die Haushalte verteilt, oder liegen in Geschäften, Institutionen, usw. aus. Inhaltlich geben sie dem Leser bzw. Stadtteilbewohner Informationen über das lokale Geschehen im Stadtteil. Diese Informationen werden in der regionalen Tagespresse meistens nur am Rande, oder überhaupt nicht behandelt. Initiativen und Selbsthilfegruppen, aber auch Vereine und Institutionen, haben hier ein Forum, um sich darzustellen. Eine solche Zeitung kann zur Identifikation der Bewohner mit dem eigenen Wohnumfeld beitragen und Potentiale in der Bevölkerung wecken, aber auch die Integration und Akzeptanz der verschiedenen Bevölkerungsgruppen untereinander im Stadtteil fördern. Getragen werden solche Zeitungen oft von Stadtteilprojekten der Gemeinwesenarbeit (GWA), in einigen Fällen aber auch von Kommunen oder politischen Parteien (traditionell eher vom „linken Parteienspektrum“ her). Hochschulprojekte, aber auch Privatpersonen können unabhängige Trägerformen darstellen<sup>7</sup>. Bei der Finanzierung spielen in vielen Fällen Werbeanzeigen eine wesentliche Rolle, insbesondere, wenn keine Förderung des Projektes durch den Träger oder durch Drittmittel besteht oder wenn die „Zeitungsmacher“ diese Finanzierungsform bewußt wählen, um unabhängig von Politik und Zensur zu bleiben.

Anfang der 70er Jahre war Stadtteilarbeit in Deutschland noch stärker politisch motiviert. Stadtteilzeitungen galten als ein Sprachrohr der Gegenbewegung zu bestehenden Machtstrukturen in der Gesellschaft. Beispielhaft hierfür ist die Selbstdarstellung der Redaktion einer Berliner Stadtteilzeitung aus dieser Zeit:

*„Eher läßt sich sagen, daß die Redaktion der MVZ [ Märkische Viertel Zeitung ] aus einer heterogenen Gruppe von Arbeitern, Angestellten, einigen Intellektuellen und Studenten bestand, die die*

<sup>7</sup> Beispiele für verschiedene Trägerformen sind unter dem Punkt 3 dieser Arbeit näher beschrieben.

*Entfremdung und Verschlechterung im Wohnbereich durch Selbstorganisation ansatzweise aufzuheben suchte. So gesehen scheiden [...] solche Organisationen oder Personen aus dem Bezugsfeld der Zusammenarbeit mit der Redaktion aus, die erkennbar Stellung gegen die Interessen der Arbeiterschaft – ob im Arbeitsbereich oder im Wohnbereich - bezogen, indem sie das bestehende System rechtfertigen oder den Kapitalismus durch punktuelle Reformen festigen wollten.*

*‘Partei ergreifen‘ heißt deshalb für uns, diejenigen Kräfte und Bewegungen zu unterstützen, die ihre Sache selbst in die Hand nehmen, die sich nicht von den Bürokraten des Staatsapparates und der Parteien vorschreiben lassen, wie hoch beispielsweise Hütten auf Abenteuerspielplätzen sein dürfen, die sich gegen ungerechtfertigte Mieterhöhungen solidarisieren und im Ernstfall einen Mietstreik wagen, oder solche, die sich ihr Recht auf Kommunikation und Organisation nehmen, indem sie eine leerstehende Fabrikhalle besetzen. ‘Partei ergreifen‘ bedeutet für uns Hilfe zur Selbsthilfe. Die Erfahrungen, die einzelne Individuen oder Bürgerinitiativen in der Auseinandersetzung mit ihren mächtigen Gegenspielern machen, dürfen nicht verpuffen. Sie kommen erst dann zum Tragen, wenn sie in eine stabile Organisationsform münden und sich eine dauerhafte Arbeit daraus entwickelt. Eine Stadtteilzeitung trägt zur Entfaltung von solchen Aktivitäten bei, indem sie kontinuierlich, möglichst auch immer wieder rückblickend, die wichtigsten Ereignisse solcher Strömungen darstellt und die inhaltlichen Fragen in den Gesamtzusammenhang der politischen Erörterungen im Stadtteil und in der Gesellschaft bringt.“<sup>8</sup>*

Zwar kann man heute immer noch betonen, daß Hilfe zur Selbsthilfe ein wichtiger Aspekt einer solchen Zeitung, ja der sozialen Arbeit überhaupt ist, die Gedanken der Umsetzung sind aber längst nicht mehr so radikal. Das System an sich ist nicht mehr der Gegner. Vernetzung und Bürgerbeteiligung, aber auch Informationen über bestehende Zustände und Zusammenhänge oder Verbraucherschutz, sind die Aktionsfelder einer Stadtteilzeitung der heutigen Zeit. Aber immer noch gilt es, ein Forum zu schaffen, das (relativ) unabhängig, offen Kritik ausspricht, um letztendlich eine Verbesserung bestehender Mißstände zu erreichen.

Stadtteilzeitungen sind also keine neue Erfindung, sondern schon seit den 70er Jahren ein Medium der sozialen Arbeit. Bisher scheint mir aber diese Form der Öffentlichkeitsarbeit - allgemein und in der Fachdiskussion -

---

<sup>8</sup> Autorengruppe ‘Märkische Viertel Zeitung’, 1974, S.172

noch keine besondere Beachtung zu finden. Zeitungen laufen oft erfolgreich als Teil von GWA-Projekten, sind aber auch hier meistens abhängig vom Engagement von Einzelpersonen. Trotz des Trends in der sozialen Arbeit, hin zu Bürgerbeteiligung, Bürgernähe und Vernetzung von Institutionen, gibt es noch keine allgemeine Anerkennung dieses Mediums. Die Chancen, die Stadtteilzeitungen bieten können, um zu einem neuen, gemeinsamen Umgang aller Beteiligten miteinander im Stadtteil beizutragen, sind bei weitem noch nicht ausgeschöpft. Im folgenden soll nun kurz auf die Öffentlichkeitsarbeit in der sozialen Arbeit allgemein eingegangen sowie die spezifische Situation von öffentlichen Medien in sozialen Brennpunkten erörtert werden. Schließlich möchte ich dann noch auf die besonderen Zielgruppen einer Stadtteilzeitung in diesen Gebieten aufmerksam machen.

## 2.1 Öffentlichkeitsarbeit in der sozialen Arbeit

*„Soziale Arbeit ist ohne Kommunikation nicht möglich. Das betrifft die Verständigung zwischen Klient, Sozialarbeiter, Träger und Öffentlichkeit gleichermaßen. Die kommunikativen Prozesse zwischen diesen Ebenen in Gang zu setzen und zu halten verlangt einen offenen Austausch, Reflexion und Präsentation der eigenen Tätigkeit. Die Organisation dieser Prozesse erfordert Kommunikationsmanagement, nämlich eine umfassende, langfristig angelegte und systematisch geplante Öffentlichkeitsarbeit, die Inhalte, Absichten und Ziele der Sozialarbeit darstellt und darüber mit der Öffentlichkeit in einen Dialog eintritt. Öffentlichkeitsarbeit hat die Aufgabe, interne Verständigung, fachliche Vernetzung und öffentliche Aufmerksamkeit herzustellen. Um das zu erreichen, informiert sie über soziale und sozialpolitische Zusammenhänge, Prävention oder Abhilfe von Notlagen, versucht ein Verständnis für soziale Belange zu vermitteln und wirbt um Vertrauen in sozialarbeiterische Maßnahmen.“*

*Generell ist Öffentlichkeitsarbeit Kommunikationsarbeit, die alle Formen mündlicher, schriftlicher und visueller Informationsvermittlung umfaßt. Öffentlichkeitsarbeit in der Sozialarbeit unternimmt (nach C.W. Müller) den selbstinitiierten Versuch, der eigenen Tätigkeit zu öffentlicher Wirksamkeit zu verhelfen. Die Sozialarbeit hat dafür jedoch noch keine brauchbaren Konzepte entwickelt; sie übernimmt statt dessen Methoden und Instrumente aus Wirtschaft und Werbung, die nicht daraufhin untersucht sind, ob*

*sie sich für den sozialen Bereich und seine immateriellen Werte eignen. In der Praxis wird Öffentlichkeitsarbeit unreflektiert und unsystematisch betrieben und beschränkt sich in der Regel auf Pressearbeit für Einzelaktionen.“<sup>9</sup>*

Betrachtet man einzelne Projekte, Institutionen oder sonstige soziale Dienste, so läßt sich die „praktizierte Öffentlichkeitsarbeit“ im Normalfall nur in einigen Broschüren und Flugblättern ausmachen, die in öffentlichen Ämtern (z.B. Sozialamt, Rathaus), oder in der betreffenden Stelle selbst ausliegen. Berichte in der Tagespresse sind von der „Gunst“ der jeweiligen Redaktion abhängig. Informationen über den Allgemeinen Sozialen Dienst (ASD) des Jugendamtes, beispielsweise, erhält ein „Normalbürger“ (also kein Studierender des Fachbereiches Sozialwesen), nur im „Schadensfall“. Das bedeutet faktisch im Leben, daß ein Begriff wie „Jugendamt“ zum Teil nur in den „vorurteilsbeladenen“ Köpfen der Menschen existiert. Die Gesellschaft teilt sich hier in verschiedene Lager: Diejenigen, die mit Sozialarbeit etwas zu tun haben, also „die Auffälligen“, und der Rest, der damit nichts zu tun haben will. So werden Vorurteile über Sozialarbeit ungewollt geschürt: „Die vom Jugendamt“ sind immer noch diejenigen, die die Kinder aus den Familien holen und ins Heim stecken, obwohl sich dies spätestens seit Einführung des Kinder- und Jugendhilfegesetzes (KJHG) grundlegend verändert hat. Freiwillige Maßnahmen, wie die „Sozialpädagogische Familienhilfe“<sup>10</sup>, die einer Familie in „ganz normalen Krisen“ helfen kann, sind bei der Bevölkerung weitestgehend unbekannt, bzw. Zugangsschwellen sind aus den eben genannten Gründen sehr hoch. Meistens erreichen solche Angebote die Menschen erst dann, „wenn das Kind schon in den Brunnen gefallen ist“.

Obwohl ein breit gefächertes Netz sozialer Institutionen und Dienstleistungen die Lebenswelt hierzulande zu umgeben scheint und Vernetzung auf der fachlichen Ebene eine zunehmend größer werdende Rolle spielt, gibt es meines Erachtens nach noch keine Instanz, die sich konkret (z.B. im Stadtteil) um die Akzeptanz der Sozialarbeit bemüht und sich mit de-

---

<sup>9</sup> Puhl, R., 1996, S. 417f

ren Vermittlung in der Bevölkerung auseinandersetzt. Gerade die Akzeptanz der Sozialarbeit in der Bevölkerung aber, ist einer der wichtigsten Faktoren in deren Effizienz, zumindest dort, wo es um präventive Aspekte geht.

## **2.2 Medien in sozialen Brennpunkten**

Die Menschen werden heute, zu Beginn des 21. Jahrhunderts, von einer nie zuvor da gewesenen Flut an Informationen erreicht. Zeitungen und Zeitschriften in allen möglichen Sprachen und zu den verschiedensten Themengebieten, 25 und mehr Programme im Satellitenfernsehen, mit Nachrichten zu jeder gewünschten Zeit und nicht zuletzt auch der Datenstrom des gerade beginnenden Internet-Zeitalters, löschen den Nachrichtendurst des modernen Menschen scheinbar in jedem Lebensbereich. Globalisierung – eines der meistgehörten Schlagworte in den gesellschaftspolitischen Diskussionen dieser Tage - findet auf den Fernsehschirmen schon längst statt: Katastrophen, Krieg und Krisen werden über die Mattscheibe in die Wohnzimmer transportiert und man ist sich über die Welt „im Bilde“.

„Die Welt“ ist jedoch bei den Verlierern der Gesellschaft oftmals beschränkt auf Wohnung, Haus, Wohnviertel und Stadtteil. Das direkte Wohnumfeld spielt bei den meisten Menschen, die man als „Anwohner eines sozialen Brennpunktes“ charakterisieren könnte, eine besonders wichtige Rolle. Wie oben bereits erwähnt, bündeln sich in solche Gebieten „soziale Mißstände“, wie Armut und Arbeitslosigkeit in erhöhtem Maße. „Mobilität“, ebenfalls eine viel gehörte, „neue Errungenschaft“ westlicher Gesellschaften, ist für den Großteil dieser Menschen nur ein Fremdwort. Wo nur minimale finanzielle Mittel vorhanden sind, reduziert sich der Sozialraum auf die nächste Umgebung. Doch welche Medien haben denn dann wirklich mit dem Leben dieser Menschen zu tun? Da gibt es zunächst einmal in den meisten Tageszeitungen einen „Kom-

---

<sup>10</sup> vgl. §31 Kinder- und Jugendhilfegesetz (KJHG)

munalteil“. Dort findet man verschiedene Nachrichten aus den Stadtteilen: Berichte über Projekte, Veröffentlichungen aus den Ortsbeiräten, Sportnachrichten, Veranstaltungshinweise, etc. Ein breites Spektrum an Informationen also. Zu den Informationen selbst bleibt aber zu sagen, daß Tageszeitungen ja hauptsächlich Artikel oder Informationen drucken, die auch über die Stadtteile hinaus - im Sinne der Redaktion der Zeitung - als interessant erscheinen. Einen Bericht über den neuen Mieterbeirat eines Wohngebietes, den Sprachkurs oder die Hausaufgabenhilfe im Mieterzentrum, wird man im Kommunalteil einer überregionalen Tageszeitung eher selten finden. Auch wird der Blickwinkel auf den Stadtteil eher von der Vogelperspektive aus stattfinden; beteiligte BürgerInnen haben hier keine Möglichkeit (mit Ausnahme von Leserbriefen), mitzuwirken.

Hinzu kommt die Tatsache, daß es sich viele Familien- und Einzelhaushalte in den erwähnten Bevölkerungsschichten nicht leisten können, eine Tageszeitung zu kaufen. Tageszeitungen erreichen also mit ihren Kommunalteilen in erster Linie „besser gestellte“ Anwohner der Stadtteile, deren Anteil in den hier behandelten Gebieten jedoch als gering bezeichnet werden muß. „Meinungsmacher“, wie z.B. die „Bild Zeitung“ (die ja kostengünstiger ist als die meisten Tageszeitungen) oder kostenlos verteilte Zeitungen, wie z.B. der „Extra Tip“<sup>11</sup>, treffen hier auf besonders guten Nährboden.

Wenn man die Bevölkerungsstruktur „sozialer Brennpunkte“ näher betrachtet zeigt sich außerdem, daß hier oft ein Großteil der AnwohnerInnen aus MigrantInnen besteht, die die deutsche Sprache nur schlecht oder gar nicht sprechen oder sie zumindest nicht lesen können. Oft ist es so, daß diese Menschen in ihrer eigenen Welt leben; der einzige Kontakt zur deutschsprachigen Bevölkerung findet über die Kinder statt, die ja zur Schule gehen. Wichtige Informationen und auch möglicherweise Hilfeangebote oder Verbraucherschutzhinweise etc. (d.h. die Teilnahme am

---

<sup>11</sup> Ein nordhessisches Lokal- und Kleinanzeigenblatt, das ähnlich wie die „Bild Zeitung“ aufgebaut ist und zweimal wöchentlich, kostenlos, in Verbindung mit Werbespekten, an alle Haushalte der Region Kassel/Göttingen verteilt wird.

öffentlichen Leben), gehen an ihnen vorbei. Sie sind auf Medien angewiesen, die „ihre Sprache sprechen“. Diese sind dann wiederum meistens überregional und behandeln hauptsächlich Themen des jeweiligen Heimatlandes.

*„Im Bereich der kommunikativen Integration, der öffentlichen Meinung und der Medien haben wir gerade in den letzten Jahren eine Entwicklung, in der die Mediengewohnheiten vor allem der größten Zuwanderergruppen stark durch muttersprachliche Angebote und durch veröffentlichte Meinungen geprägt sind, in die ganz wesentlich auch die Interessen des Herkunftslandes einfließen. Zumindest bezüglich der aus der Türkei stammenden Wohnbevölkerung in Nordrhein-Westfalen läßt sich sagen, daß für sie ein breit gefächertes Angebot an Print- und elektronischen Medien existiert, in dem Nachrichten und Informationen sowie Meinungen artikuliert werden, von denen die Mehrheitsgesellschaft nicht erreicht wird.*

*Für Stadtteile mit hohem Zuwandereranteil kann dies heißen, daß Menschen im gleichen Haus bzw. in der gleichen Straße leben, deren durch Medien geprägter Informations- und Meinungsstand sehr unterschiedlich ist. Im kommunikativen, bzw. medialen Bereich vollziehen sich Entwicklungen, die für das Zusammenleben im Stadtteil von nachhaltiger Bedeutung sein können. Die Tatsache, daß in einigen deutschen Großstädten zwischenzeitlich türkischsprachige Wochenblättchen kostenlos verteilt werden, kann eine Chance sein, das Geschehen im Stadtteil bzw. in der Stadt allen Teilen der Stadtgesellschaft transparent zu machen. Es kann aber auch dazu führen, daß Öffentlichkeiten voneinander separiert werden. Z.B. geschieht dies in der Weise, daß über das Zuckerfest, das seker bayrami, nur in der türkischen Zeitung berichtet wird und über das Schützenfest nur im deutschsprachigen Konkurrenzblatt, oder, daß nur die türkischsprachige Lokalzeitung über die Sitzung des Ausländerbeirates und nur die deutschsprachige über die Sitzung des Stadtrates schreibt.“<sup>12</sup>*

Festzuhalten bleibt, daß bei einem großen Teil der Bevölkerung dieser Gebiete ein erhebliches „lokales Informationsdefizit“ besteht.

### **2.3 Zielgruppen einer Stadtteilzeitung – in sozialen Brennpunkten**

Es läßt sich also feststellen, daß einerseits der sozialen Arbeit allgemein

---

<sup>12</sup> Rütten, Anton, 1998, S.21f.



ein Mittel der Öffentlichkeitsarbeit fehlt, mit dem sie ihre Inhalte transportiert, sich selbst darstellt und um Vertrauen bei der Bevölkerung wirbt, andererseits – besonders in sozialen Brennpunkten - ein lokaler Informationsmangel, auch über politische und gesellschaftliche Zusammenhänge, besteht. Eine Stadtteilzeitung als Kommunikationsmedium kann hier das Mittel sein, diese beiden Mängel zu beheben. Sie kann als Informations-, Vernetzungs- und Vermittlungsstelle zwischen den BürgerInnen und ihren Selbsthilfeorganisationen, den Kommunen und der konkreten sozialen Arbeit im Stadtteil dienen. Es können mit einer solchen Zeitung - bei kostenloser Verteilung oder Auslage im Stadtteil - relativ viele Menschen erreicht werden. Die Hauptzielgruppen in der Bevölkerung „sozialer Brennpunkte“ sind allerdings Kinder, Jugendliche, ältere BewohnerInnen und fremdsprachige AnwohnerInnen, die ja hier, wie oben bereits erwähnt der besonderen Aufmerksamkeit bedürfen.

### **3. Stadtteilzeitungen in Deutschland – ein Vergleich ausgewählter Projekte**

In diesem Teil der Arbeit möchte ich nun etwas näher auf eine Erhebung eingehen, die ich in der Vorbereitungsphase zu der vorliegenden Arbeit durchgeführt habe. Dabei habe ich einige mir (und im Fachbereich Sozialwesen der UGHK) bekannte Stadtteil- und GWA-Projekte mit der Bitte um Beantwortung eines, von mir angefertigten, Fragebogens<sup>13</sup> angeschrieben. Die Auswertung dieser Fragebogen läßt einen Vergleich im Hinblick auf Trägerstrukturen, Finanzierung, Druckkosten, Auflagenhöhe, Art der Verteilung, Konzeption, usw. zu. Die Angaben der ausfüllenden Personen über weitere, ihnen bekannte Stadtteilzeitungen, ermöglichte es mir, durch dieses „Schneeballsystem“, eine Anzahl verschiedener Stadtteilzeitungen in Deutschland auszumachen. Trotz dieses eher zufälligen Auswahlverfahrens umfaßt die Erhebung, meines Erachtens nach, dennoch die wichtigsten Organisationsformen von Stadtteilzeitungen in Deutschland und läßt – für diesen Zusammenhang - verallgemeinerbare Rückschlüsse zu.

Betont werden muß, daß es sich hier um einen allgemeinen Überblick möglicher Organisationsformen von Stadtteilzeitungen handelt, unabhängig von deren Adressanten und den Strukturen der einzelnen Stadtteile oder Verteilgebiete. Die Frage der Übertragbarkeit einer bestimmten Organisationsform einer Stadtteilzeitung auf einen „sozialen Brennpunkt“ ist später noch zu erörtern.

### **3.1 Stadtteilzeitungen der GWA-Projekte des „Forum Gemein Wesen Arbeit Saar“**

Im Bereich der GWA in Deutschland möchte ich das Saarland besonders hervorheben. GWA scheint hier eine weitere Verbreitung zu finden, als in den meisten Teilen Deutschlands. Allein im Stadtgebiet Saarbrücken lassen sich mehrere GWA-Projekte ausmachen. Verschiedene Stadtteilprojekte, mit unterschiedlichen Trägerformen, haben sich hier im „Forum

---

<sup>13</sup> Vgl. Anhang 1

Gemeinwesen Arbeit Saar“ zusammengeschlossen. Wie in vielen anderen GWA-Projekten auch, gehört die Öffentlichkeitsarbeit in Form einer Stadtteilzeitung zu den festen Bestandteilen der Arbeit nahezu aller hier angebundenen Projekte. Die Vorteile, die Stadtteilzeitungen der sozialen Arbeit und auch den BürgerInnen selbst bieten können, sind hier längst erkannt worden. Diese allgemeine Akzeptanz, auch von Seiten der Träger, bietet beachtliche Vorteile für die Arbeit. „Zeitungsarbeit“ erscheint in den Stellenbeschreibungen der GemeinwesenarbeiterInnen, was eine gute Voraussetzung für die redaktionelle Arbeit bedeutet; Personalkosten sind weitestgehend abgedeckt. Druck- und Herstellungskosten werden in den meisten Fällen durch Werbeanzeigen mitfinanziert, die einzelnen Projekte werden allerdings noch von verschiedenen Trägern bezuschußt. Vorteilhaft für die Arbeit ist auch, daß hier oft eine Vernetzung mit anderen Projekten im Stadtteil vorhanden ist. So kann beispielsweise die Verteilung der Zeitung oder das Layout durch TeilnehmerInnen eines Beschäftigungsprojektes erfolgen.

Durch das Vorhandensein einer Dokumentation über das Stadtteilbüro Malstatt, war es mir möglich, die dortige Stadtteilzeitung - das „Molschder Blatt“ - ausführlich darzustellen. Die im folgenden aufgeführten Ideen und Darstellungen über Inhalte und Konzeptionen können durchaus als stellvertretend für Stadtteilzeitungen im Bereich der GWA angesehen werden.

Die Thematik „MigrantInnen“, wie sie aus „sozialen Brennpunkten“ bekannt ist, scheint in den GWA-Projekten von Saarbrücken und Umgebung nur eine untergeordnete Rolle zu spielen.

- *Das „Molschder Blatt“*

In diesem Abschnitt beziehe ich mich hauptsächlich auf den Projektbericht des Stadtteilbüros Malstatt. Einige Stellen des gelungenen Erfahrungsberichtes möchte ich deshalb hier im „Originalton“ darlegen, also zitieren.

Das „Molschder Blatt“ wird seit 1980 vom Stadtteilbüro Malstatt, in Zusammenarbeit mit dem „Verein Zukunftsarbeit Molschd e.V.“ (ZAM)

und dem „Stadtjugendbüro“ herausgegeben. In einer Auflagenhöhe von 5200 erscheint die ca. 24seitige Zeitung alle 2 Monate. Sie wird kostenlos an Malstatter Haushalte verteilt und liegt in Geschäften und öffentlichen Einrichtungen aus. Die Stadtteilzeitung finanziert sich zu einem beträchtlichen Teil über Werbeanzeigen.

Träger des Stadtteilbüros Malstatt sind gemeinsam: „Diakonisches Werk an der Saar“, „Landeshauptstadt Saarbrücken“ und der „Stadtverband Saarbrücken“. ZAM ist ein freier Träger. Diese Trägerkooperation bedarf besonderer Aufmerksamkeit. Vor allem, die hier erfolgte Einbindung des Jugendhilfebereiches in ein Gemeinwesenprojekt, zeigte in den 80er Jahren einen neuen Weg der Kooperation auf und war modellhaft.

Die Aufgaben der Zeitung werden in dem Projektbericht wie folgt beschrieben:

*„Ziel der Zeitung ist es, Sprachrohr der ‘nichtprivilegierten‘ BürgerInnen im Stadtteil zu sein, die sonst kaum oder gar nicht zu Wort kommen. [...] Durch Informationen über den Stadtteil und die dort lebenden Menschen soll eine Identifikation mit ihm gestärkt und gefördert werden. Was auch beinhaltet, sich mit dem eigenen Lebensumfeld auseinanderzusetzen und sich bei Entscheidungen im Stadtteil einzumischen. In diesem Zusammenhang ist unser Bestreben, nicht nur negative Aspekte zu thematisieren, sondern vor allem liebenswerte Ecken, positive Gesichtspunkte des Stadtteils, seiner Geschichte und Kultur und insbesondere seiner BewohnerInnen hervorzuheben. Das ‘Sich-wohlfühlen‘ ist wichtiger Bestandteil der Identität mit dem Stadtteil.“<sup>14</sup>*

Zu den Inhalten des ‘Molschder Blatts‘ ist in der Selbstdarstellung weiterhin zu lesen:

*„Das ‘Molschder Blatt‘ berichtet über Aktivitäten von Einzelpersonen, Bürgerinitiativen, Vereinen, aber auch von Angeboten und Aktionen der Institutionen in Malstatt. Berichte über Bewohnerversammlungen, zum Beispiel auf der ‘Leipziger Wiese‘, stehen hier neben Jubiläen von Vereinen und Einrichtungen, in denen über deren Arbeit informiert wird. Ankündigungen und Artikel über Veranstaltungen von Organisationen im Stadtteil, wie der ‘Erste Molschder Jugendwahn‘ der AG Jugend, die Kinderflohmärkte der AG Kinder oder das Freiluftkino auf dem Malstatter Markt, ergänzen die Palette. Natürlich fehlen dabei auch nicht Berichte über Stadtteilstefen, wie das Neustraßenfest, Spielplatzfeste oder dem Molsch-*

---

<sup>14</sup> Stadtteilbüro Malstatt, 1997, S.67

*der Weihnachtsmarkt. Einen bedeutenden Stellenwert haben Artikel aus dem Bereich der Sozialhilfe, z.B. Erhöhung der Sozialhilfe, Kleidergeld, Winterbrand etc. oder über Tips im Umgang mit Behörden und Wohngeld.*

*In jeder Ausgabe stehen dem Stadtteiljugendbüro zwei Seiten und dem Abenteuerspielplatz 'Meiersdell' eine Seite zur Verfügung, um über deren Aktivitäten und Programme zu informieren oder aber speziell Themen zu bearbeiten, die Jugendliche bzw. Kinder betreffen.“<sup>15</sup>*

In dem Erfahrungsbericht geht es dann um den, später noch von mir behandelten, Aspekt der Verteilung der Zeitung sowie um ein damit verbundenes Feedback der Bevölkerung:

*„Die RedakteurInnen erledigen das Verteilen der Zeitung im Stadtteil selbst. Im Unteren Malstatt werden sie dabei von den Jugendlichen eines Beschäftigungsprojektes des Diakonischen Werks und – im Oberen Malstatt - von Frauen aus dem Beschäftigungsprojekt der ZAM e.V. unterstützt. Das Verteilen des 'Molschder Blatts' ist eine gute Möglichkeit zu erleben, wie die Zeitung, wie diverse Artikel wirken. So passiert es oft beim Austeilen, daß man über die Zeitung ins Gespräch kommt und erfährt, welche Themen im Stadtteil aktuell diskutiert werden. Hierbei bekommen wir oftmals Anregungen, welche Themen in einer der nächsten Ausgaben behandelt werden können. Daneben ist auch zu erleben, wie selbstverständlich das 'Molschder Blatt' zum Alltag gehört. Es wird vermißt, wenn es nicht zugestellt wurde, und schon erwartet, weil die zwei Monate seit der letzten Ausgabe schon verstrichen sind.“<sup>16</sup>*

Zur Thematik der Bürgerbeteiligung und -mitwirkung an der Zeitung zeichnet sich allerdings, wie auch in den meisten anderen ermittelten Stadtteilzeitungen, ein eher negatives Bild ab. Die Zeitung ist zwar im Stadtteil akzeptiert und beliebt; das „Idealziel“: Bürger machen Zeitung für Bürger, scheint sich bis jetzt nicht verwirklichen zu lassen. Die Tatsache, daß die Personalkosten abgedeckt sind, kommt hier besonders zum Tragen: Wo keine, oder nicht genügend ehrenamtliche Mitarbeiter vorhanden sind, ist trotzdem die redaktionelle Arbeit nicht gefährdet.

*„Unsere Bemühungen, Menschen im Stadtteil zu einer aktiven Mitarbeit – sei es durch selbst verfaßte Artikel, Leserbriefe etc. – zu motivieren, verliefen weitgehend negativ. Vereinzelt gelingt es durch mehrmalige persönliche Ansprache, Einzelpersonen von der*

---

<sup>15</sup> ebd., S.68

<sup>16</sup> ebd., S.67

*Bedeutsamkeit und besonderen Qualität eines selbstverfaßten Artikels zu überzeugen. Ängste wie 'Ich kann nicht so gut schreiben wie die Zeitungsleute' oder 'Das interessiert ja eh keinen, was mir passiert ist' sind präsent und können von uns nur schwerlich ausgeräumt werden. Auch das Angebot, im öffentlichen Rahmen an der Gestaltung der Zeitung (Layout) mitzuwirken, wurde nicht angenommen. Um dennoch die Meinungen der MolschderInnen publik zu machen, gingen wir dazu über, vermehrt Interviewsequenzen zu aktuellen Themen im Stadtteil zu gestalten, die nunmehr zu einem festen Bestandteil der Zeitung geworden sind. Häufig werden wir von Menschen aus dem Stadtteil angesprochen, doch mal dieses oder jenes Thema aufzugreifen und darüber im „Molschder Blatt“ zu schreiben. Diese passive Beteiligung an den Inhalten der Zeitung ist uns sehr wichtig, da sie doch zeigt, wie sehr das 'Molschder Blatt' als Organ der BewohnerInnen des Stadtteils betrachtet wird.“<sup>17</sup>*

Trotz der thematischen Übertragbarkeit ihrer Konzeptionen sollen hier dennoch alle ermittelten Stadtteilzeitungen des „Forum Gemein Wesen Arbeit Saar“ kurz Erwähnung finden, um die verschiedenen Trägerstrukturen deutlich zu machen. Wichtige Merkmale möchte ich in Kurzform darstellen.

- *Das „Burbacher Dorfblatt“*

Gegründet 1994 als Stadtteilzeitung der GWA-Projekte „Stadtteiltreff Haltestelle“ und „Stadtteilbüro Burbach“ im Saarbrücker Stadtteil Burbach. Träger sind der „Caritasverband für Saarbrücken und Umgebung e.V.“ und das „Diakonische Werk an der Saar“. Die kostenlos in die Haushalte des Stadtteils verteilte Zeitung erscheint vierteljährlich in einer Auflagenhöhe von 6000 Exemplaren. Die durchschnittliche Seitenzahl beträgt 24. Etwa die Hälfte der Druckkosten (ca. 2000 DM) wird durch Werbeeinnahmen finanziert, das Projekt wird weiterhin durch die Stadt Saarbrücken, den Stadtverband und die Saarbrücker Siedlungsgesellschaft unterstützt. Die Verteilung erfolgt durch die MitarbeiterInnen der Redaktion, Zivildienstleistende sowie Honorarkräfte.

- *Der „Alt-Saarbrigger Schniss“*

---

<sup>17</sup> ebd., S.67

Die Einrichtung „Stadtteilbüro Alt-Saarbrücken“ (Träger: Arbeiter-Samariter-Bund und Solidar e.V. – Verein für Stadtteilentwicklung und Stadtteilkultur) ist Herausgeber der vierteljährlich erscheinenden Zeitung. In einer Auflagenhöhe von 4700 wird die 20-seitige Stadtteilzeitung an alle Haushalte im Stadtteil verteilt. Druckkosten in Höhe von ca. 3150 DM werden mit 1500 DM von der Stadt Saarbrücken bezuschußt, der Rest wird durch Werbung finanziert.

- *Das „Wackenberger Echo“*

Die 1976 gegründete und somit älteste, der von mir ermittelten Zeitungen, wird von dem Verein „PÄDSAK e.V.“ (Träger: Stadt Saarbrücken) gemacht. In einer Auflagenhöhe von 2500-3000 und ca. 30-seitigem Inhalt wird die Stadtteilzeitung durch Jugendliche und Zivildienstleistende im Saarbrücker Stadtteil Wackenbergr verteilt. Druckkosten von ca. 3000 DM werden bis auf ca. 15-20% durch städtische Zuschüsse gedeckt, die Ausfinanzierung erfolgt durch Werbung. Die Zeitung erscheint alle 2-3 Monate.

- *Der „Wolkenkratzer“*

Das vom „Caritasverband für Saarbrücken und Umgebung“ getragene GWA-Projekt „Kontaktzentrum Folsterhöhe“ gibt diese Zeitung seit 1987 für das Wohngebiet Saarbrücken-Folsterhöhe heraus. Die 8-seitige Zeitung mit einer Auflagenhöhe von 1100 wird kostenlos an alle 948 Haushalte dieses Wohngebietes verteilt. Die Druckkosten von ca. 1000 DM werden, neben dem städtischen Zuschuß, zu 35% durch Werbung gedeckt.

- *Die „Kolonieschacht Nachrichten“*

1978 vom Team des GWA-Projektes „Kolonieschacht“, des „Caritasverband für Saarbrücken und Umgebung e.V.“ gegründet, wird die Friedrichsthaler Zeitung für das Wohngebiet Kolonieschacht heute gemeinsam mit der „Bewohnervertretung Kolonieschacht“ angefertigt. Die 500 Exemplare, mit 12-20 Seiten Umfang, werden durch Projektmitarbeitende

rInnen und Postzustellung (ca. 180 Stück) 3-5 mal pro Jahr im Wohngebiet verteilt. Druckkosten in Höhe von ca. 980 DM werden durch Projektmittel finanziert.

- *„Rauchzeichen“- Zeitung für die Kohlenmühl*

Die 1990 vom GWA-Projekt „Kohlenmühl“ in Suzbach-Altenwald gegründete Zeitung hat eine Auflagenhöhe von 300 und einen Umfang von 12 Seiten. Vierteljährlich wird die Zeitung im Wohngebiet Kohlenmühl verteilt und per Post versendet. Das Projekt trägt sich durch den „Caritasverband Saarbrücken und Umgebung e.V.“, welcher auch - über Projektmittel - die Druckkosten von ca. 500 DM finanziert.

- *„Der Treffpunkt“, Merzig*

Einmal jährlich erscheint die Zeitung des „Gemeinwesen-Treffpunkt Merzig“, getragen vom „SOS Kinderdorf Saar e.V.“ (Herstellungskosten ca. 800 DM). Die 150 Exemplare mit je 20 Seiten werden durch die BewohnerInnen des Wohngebietes verteilt.

### **3.2 Stadtteilzeitungen mit GWA-Projekten, Vereinen oder Mischformen als Träger**

In diesem Abschnitt möchte ich nun weitere, von mir ermittelte Stadtteilzeitungen kurz aufführen, die die erwähnten Trägerstrukturen aufweisen. Zum Teil sind aber hier auch, von einem GWA-Projekt ins Leben gerufenen Zeitungen später in die Trägerform eines Vereines überführt worden, oder die Struktur ist aus dem beantworteten Fragebogen nicht klar ersichtlich. Ich nenne diese Arten der Organisationen hier „Mischformen“.

- *Das „Astersteiner so is'es Blättchen“*

Diese 1988 gegründete Zeitung, die eine Auflagenhöhe von 120 und einen Umfang von 20-22 Seiten hat, erscheint vierteljährlich im Wohnge-



biet Asterstein in Koblenz. Getragen vom GWA-Projekt „Asterstein“ des Caritasverband Koblenz e.V. und der „Spiel- und Lernstube Maria Himmelfahrt“, Asterstein, wird sie durch MitarbeiterInnen der Projekte und durch Jugendliche im Wohngebiet - für 0,20 DM pro Exemplar - verkauft. Die Druckkosten werden von drei Institutionen im Wechsel finanziert: der Caritasverband Koblenz e.V., die Pfarrgemeinde Maria Himmelfahrt und die „Koblenzer Wohnbau GmbH“

- *Die „Kreuz Weiße Neuschkeite“*

In der Großsiedlung Koblenz-Neuendorf erscheint die 1997 gegründete Zeitung - mit einer Auflagenhöhe von 200 - dreimal jährlich. Träger ist das GWA-Team in der Siedlung, das aus mehreren städtischen Einrichtungen, dem Caritasverband Koblenz e.V. und der Koblenzer Wohnbau GmbH besteht. Die 22seitige Zeitung wird von Kindern aus der Siedlung für 1 DM pro Stück verkauft. Auch hier wird der Druck im Wechsel von drei Institutionen finanziert: vom Caritasverband Koblenz e.V., von der Stadtverwaltung Koblenz und der Koblenzer Wohnbau GmbH.

- *Der „Treffpunkt“ des Gemeinwesenvereins Heerstraße Nord e.V.*

Die 1979 gegründete, 8seitige Stadtteilzeitung wird in einer Auflagenhöhe von 7500 im Umfeld des Berliner Gemeinwesenvereins Heerstraße Nord e.V. überwiegend durch Schüler verteilt. Druckkosten der vierteljährlich erscheinenden Zeitung in Höhe von 1700 DM werden durch Eigenmittel und Sponsoring abgedeckt.

- *Die „Zeitung des Nachbarschaftsvereins Lankwitz e.V.“*

Die 1996 gegründete Berliner Stadtteilzeitung, durch den oben genannten Verein getragen, erscheint in einer monatlichen Auflagenhöhe von 6000 und liegt in den Geschäften des Stadtteils Lankwitz kostenlos aus. Die Herstellungskosten dieser 12seitigen Zeitung, in Höhe von 1500 DM, tragen sich voll über Anzeigen.

- *Die „Stadtteilzeitung Rieselfeld“*

Herausgegeben vom „K.I.O.S.K. auf dem Rieselfeld e.V.“, erscheint diese Zeitung vierteljährlich im Freiburger Stadtteil Rieselfeld in einer Auflagenhöhe von 2000. Die Kosten einer Auflage der 28seitigen Zeitung in Höhe von 4200 DM werden über Anzeigen finanziert. 15% der Anzeigenerlöse werden für Personalkosten verwendet. Die Gründung erfolgte 1996 durch Studenten der Evangelischen Fachhochschule Freiburg.

- *Die „Stadtteilzeitung Weingarten“*

Die 4seitige Zeitung im DIN A3 Format erscheint in einer Auflagenhöhe von 5500 monatlich im Freiburger Stadtteil Weingarten. Von ehrenamtliche BewohnerInnen des Stadtteils wird sie verteilt. Die Finanzierung der Druckkosten von ca. 1000 DM und eines Teils der Verwaltungskosten erfolgt über Anzeigen. Trägerverein ist der „Forum Weingarten 2000 e.V.“ in Zusammenarbeit mit dem Stadtteilbüro Weingarten, Gründungsjahr war 1990.

- *Die Stadtteilzeitung „Gaisental, Weißes Bild & Fünf Linden*

Die Zeitung, die 1991 gegründet wurde, wird in einer Auflagenhöhe von 3300 in den Biberacher Stadtteilen Gaisental, Weißes Bild und fünf Linden dreimal pro Jahr (geplant: vierteljährlich) von Mitgliedern des Förderkreises „Gaisental, Weißes Bild & Fünf Linden e.V.“ sowie Bewohnern einer ortsansässigen Behinderteneinrichtung verteilt. Die Kosten der 16seitigen Zeitung von 2250 DM werden über Werbeanzeigen finanziert. Der Förderkreis als Träger kooperiert mit dem GWA-Projekt dieses Gebietes.

### **3.3 „West Seit“ – eine Offenburger Stadtteilzeitung**

Im Rahmen der Auswertung meiner Erhebung halte ich diese Zeitung - im Hinblick auf deren Organisation und Umsetzung - für besonders erwähnenswert. Die „West Seit“ ist eine Stadtteilzeitung für die Offenburger Stadtteile Hilboltsweiler (ca. 1800 Einwohner) und Albersbösch

(ca. 6300 Einwohner). Die Initiative für die Gründung der Zeitung ging 1996 zunächst von einem Mitarbeiter des GWA-Projektes „Stadtteil- und Familienzentrum Albersbösch“ (SFZA, Träger: Stadt Offenburg) aus. Besonderheit im Vergleich zu den bisher genannten Zeitungsprojekten ist, daß diese Stadtteilzeitung gemeinsam von allen Vereinen und Institutionen der betreffenden Stadtteile herausgegeben wird. Nach einer Kontaktphase und einem ersten Treffen aller Institutionen und Vereine der beiden Stadtteile, an dem auch Kirchen und Schulen, etc. teilnahmen, wurde die Idee einer gemeinsamen Trägerschaft verwirklicht. Die Redaktion wird durch Vertreter der Träger, sowie im Stadtteil aktive BürgerInnen gestellt, es gibt dabei einen festen Kern von 6-8 MitarbeiterInnen (Stammredaktion). In einer Konzeption wurde festgelegt, daß ca. 50% des Inhalts der Zeitung durch Informationen über Vereine und Institutionen, die andere Hälfte durch redaktionelle Beiträge gestellt wird. Die aktuellen redaktionellen Beiträge werden größtenteils von der Stammredaktion geschrieben und thematisieren Ereignisse oder Probleme in den Stadtteilen. Die Vorteile dieses gemeinsamen Kommunikationsorgans wurden weitestgehend von allen Beteiligten anerkannt, die Kirchengemeinden in den Gebieten stellten sogar das Erscheinen ihrer regelmäßigen Blätter ein und beschränken sich heute auf die Herausgabe dieser, zu den großen christlichen Festen.

Ein weiterer, hervorzuhebender Aspekt dieser 20seitigen Zeitung ist, daß sie sich allein durch Anzeigenerlös finanziert, ohne dabei als Werbeblättchen zu wirken (Umfang der Werbung: 6 Seiten pro Ausgabe). Dabei muß auf das persönliche Engagement eines ehrenamtlichen Mitarbeiters hingewiesen werden, der allein für die Anzeigen zuständig ist. Er hat es geschafft, daß 80 % der, in den beiden Stadtteilen ansässigen Geschäfte und Unternehmen, mindestens einmal in der Zeitung inseriert haben. Technisches „know how“ und Kontakte im Stadtteil waren hier von erheblicher Bedeutung.

Die Zeitung mit der Auflagenhöhe von 3800 wird an alle 3700 Haushalte der beiden Stadtteile, teils durch ehrenamtliche BürgerInnen, teils durch Schüler (gegen eine Entschädigung), verteilt. Die entstehenden Kosten

für eine Auflage betragen ca. 3500 DM, wobei die Arbeitszeit des Mitarbeiters des SFZA in seiner Stelle als Gemeinwesenarbeiter enthalten ist. Zusammenfassend läßt sich sagen: „Stadtteilzeitung“ als Modell der Öffentlichkeitsarbeit sozialer Arbeit im Stadtteil wird hier in nachahmenswerter Weise praktiziert. BürgerInnen aus den Stadtteilen schreiben in dieser Zeitung fast alles selbst, auch die Stammredaktion setzt sich aus Ihnen zusammen. Der Mitarbeiter des SFZA ist zwar auch Redaktionsmitglied, hat aber hier nicht die Aufgabe der Steuerung oder Leitung derselben.

Durch die Teilnahme an einem intensiven Erfahrungsaustausch der Redaktionen der beiden Stadtteilzeitungen „West Seit“ und „Nordwind“ (Zeitungsprojekt „Nordstadtwerkstatt“, Fachbereich Sozialwesen der UGhK) im Dezember 1999, in den Räumen der UGhK, wurde es möglich, die Offenburger Zeitung hier etwas ausführlicher darzustellen. Dabei möchte ich schon jetzt auf den großen Nutzen, den ein solcher Erfahrungsaustausch für die redaktionelle Arbeit haben kann, hinweisen.

### **3.4 „D'r Wibling'r“ – Stadtteilzeitung in Ulm**

Diese 12-16seitige, 8mal im Jahr herausgegebene Zeitung für den Ulmer Stadtteil Wiblingen (ca. 18.500 EinwohnerInnen) erscheint mir im Zusammenhang der Erhebung ebenfalls besonders erwähnenswert, da die einzigen Träger des „Stadtteilblättchens“ zwei Privatpersonen sind, die dieses Projekt – ehrenamtlich - ohne Gewinnabsichten seit 1988 betreiben. Die Auflagehöhe von 10.000 und somit die relativ hohen Herstellungskosten von bis zu 9.500 DM tragen sich, nach den Angaben der Herausgeber, allein durch Werbung. Der Umfang der Werbeanzeigen im Verhältnis zum redaktionellen Teil der Zeitung ist hier deshalb auch - im bisherigen Vergleich - relativ hoch. Den Herausgebern ist hier allerdings auch der ökologische Aspekt, die Einzelwerbeaktionen im Stadtteil in *einem* Blatt zusammen zu fassen, besonders wichtig. Dies scheint in Ulm auch verwirklicht worden zu sein. Zu vermuten ist, daß es zur Grün-

dungszeit des „Wibling’rs“ noch kein vergleichbares kommerzielles Werbeblatt, wie heute in den meisten größeren Städten üblich, in Ulm gab. Die Gründung eines solchen „Werbeträgers“ müßte besonders im Hinblick auf Konkurrenzsituationen untersucht werden.

Was den redaktionellen Teil der Zeitung angeht so waren hier die Ursprungsgedanken, das kulturelle Leben im Stadtteil aufzuwerten sowie den Wiblinger Vereinen genügend Raum für Öffentlichkeitsarbeit zu geben (den sie in der überregionalen Presse nicht bekamen), maßgebend. Zurück zur Fragestellung, was Stadtteilzeitungen als ein Medium sozialer Arbeit betrifft läßt sich anmerken, daß hier Informations- und Kulturarbeit im Vordergrund stehen.

### **3.5 „westwärts“ - eine Stadtteilzeitung der SPD in Kassel**

Auf diese Stadtteilzeitung wurde ich nicht in der üblichen, hier erfolgten Weise aufmerksam, sondern dadurch, daß ich selbst ein Anwohner des betreffenden Stadtteiles bin. So bin ich also auch selbst Adressant einer Stadtteilzeitung, wodurch für mich ein Perspektivenwechsel möglich wurde; zumindest kann ich beurteilen, wie die Zeitung als Stadtteilbewohner auf mich wirkt. Die Informationen zu der Organisationsform dieser Zeitung erfuhr ich in einem „Telefoninterview“ mit einem Redaktionsmitglied im März 2000.

Unter mehreren Stadtteilzeitungen der SPD in Kassel ist diese 20-24seitige, mit einer Auflagenhöhe von 11000, die größte. Die Zeitung, die seit 1995 besteht wird vierteljährlich im Kasseler Stadtteil „Vorderer Westen“ von ehrenamtlichen Parteimitgliedern in die Hausbriefkästen verteilt. Auch die Redaktion, die aus einem Kern von 10-12 Personen besteht, verrichtet ihre Arbeit ehrenamtlich. Träger der Zeitung ist der Ortsverein „Kassel-West“. Zunächst läßt sich vermuten, daß hinter einer solchen parteipolitischen Trägerschaft eine dementsprechende finanzielle Förderung steht. Um so erstaunlicher ist für mich die Tatsache, daß sich auch diese Zeitung über Werbeanzeigen trägt. Einzige Ausnahme hierbei

ist ein Spendenzuschuß einzelner Parteimitglieder, bei nicht gedecktem Haushalt der Zeitung. Entstehende Kosten pro Auflage bewegen sich in einer Höhe von ca. 6.000 DM.

Zum Inhalt der größten Kasseler Stadtteilzeitung läßt sich sagen, daß der umfangreiche redaktionelle Teil zwar einige parteispezifische Artikel enthält, überraschender Weise jedoch relativ neutral gehalten ist und allgemein informativ auf den Leser wirkt. In einer Selbstdarstellung der Ausgabe vom Dezember 1999 ist zu lesen:

*„Wir sind unvergleichbar – wir sind nämlich anders... Wir vergleichen uns nicht mit HNA und Extra Tip. Wir lesen beide. Wenn wir unseren ‘westwärts‘ im Vorderen Westen an alle Haushalte verteilen, lesen wir immer öfter an den Briefkästen: ‘Bitte keinen Extra Tip‘.*

*In beiden Blättern kommt unser Stadtteil zu kurz. Diese Lücke füllt der ‘westwärts‘ aus. Wir sind selbstbewußt: Hintergrundinformationen, Planungen, Wissenswertes aus der Geschichte des Stadtteils und Neuigkeiten erfährt man im ‘westwärts‘.“<sup>18</sup>*

Hier wird auch nochmals das oben bereits angesprochene „lokale Informationsdefizit“ deutlich, das sich hier sogar in einem „besseren“ Stadtteil darstellt. Soziale Arbeit hat in dieser Zeitung - wenn überhaupt - eher einen berichtenden Charakter. Eine nennenswerte Einrichtung der Redaktion ist der „Mecker-Scheck“, eine Möglichkeit für die BürgerInnen, Kritik an die Öffentlichkeit zu tragen.

### **3.6 „Nordwind“ – ein Hochschulprojekt**

Nachdem ich zuerst Zeitungen aus meiner Erhebung vorgestellt habe und danach eine weitere, die ich selbst als Stadtteilbewohner beziehe, möchte ich nun noch auf eine Stadtteilzeitung eingehen, an deren Herausgabe ich auch selbst, als Studierender des Fachbereiches Sozialwesen der UGhK im Projekt „Nordstadtwerkstatt“, beteiligt bin. Gleichzeitig stellt die Organisationsform „Hochschulprojekt mit unabhängiger Finanzierung durch Werbeeinnahmen“ auch eine, bis jetzt noch nicht aufgeführte

---

<sup>18</sup> Ortsverein West der SPD, 1999, S. 15

Struktur dar.

Die Stadtteilzeitung für den Kasseler Stadtteil „Nordstadt“ entstand 1999 aus einer Hochschulinitiative, bestehend aus Interessierten des Fachbereiches Sozialwesen der UGHK. Die UGHK ist selbst Anliegerin der Nordstadt. Die Ausgangslage der Zeitung in dem Stadtteil, der einen hohen Anteil an Arbeitslosigkeit und eine großen Anzahl von MigrantInnen aufweist, läßt sich am besten durch einen Auszug aus dem Editorial der Erstausgabe verdeutlichen.

*„In der Nordstadt tut sich was‘ – aber die Bürgerinnen und Bürger bekommen’s nicht mit. Das hörten wir, eine Projektgruppe ‘Nordstadtwerkstatt‘ der Universität Gesamthochschule Kassel im vergangenen Jahr öfter. ‘Nordwind‘ soll hier Abhilfe schaffen. Ergänzend zu den vorhandenen Kasseler Medien soll ‘Nordwind‘ ein besonderes Magazin zur sozialen Stadterneuerung sein, informieren über das, was es in der Nordstadt gibt und geben soll, was ihre Bürgerinnen und Bürger für ihren Stadtteil als Gemeinwesen tun, was sie von ihm erwarten und wünschen, was sie entwickelt haben und noch entwickeln wollen. Wir planen, daß der ‘Nordwind‘ etwa alle zwei bis drei Monate erscheint. Die ehrenamtliche Redaktion versteht sich dabei nur als Anregerin – nur wenn die Nordstadt-bürgerinnen und -bürger mitmachen, die für sie gedachte Zeitung ‘tragen‘, macht unser ‘Nordwind‘ Sinn, kann er auf Dauer interessante Ein- und Überblicke vermitteln und wichtige Hinweise und Informationen geben, vielleicht auch etwas ‘Wind‘ machen, bewegen und voran bringen, so wie ein leichter Wind schon ein großes Segelboot zu neuen Ufern bringen kann (siehe Titelbild!).“<sup>19</sup>*

Unabhängigkeit war von Anfang an ein wichtiger Aspekt der Zeitung, denn man wollte auch Kritik am aktuellen, von der Sozialdezernentin der Stadt Kassel initiierten „Nordstadtprojekt“ üben, in dem nach Meinung der ZeitungsmacherInnen die BürgerInnen zu kurz kommen. Auf weite Sicht sollte auch auf die, in dem Projekt praktisch nicht berücksichtigte GWA aufmerksam gemacht werden. Dabei war zu beachten, daß in der Vergangenheit schon mehrere Ansätze der GWA in Kassel gescheitert waren, weil sie durch politische und finanzielle Abhängigkeiten von der Stadt Kassel gestoppt wurden. Aus bis jetzt noch nicht ersichtlichen Gründen findet diese Methode der Sozialarbeit in Kassel keinen Anklang. Diese schwierige Ausgangslage machte eine, von der Stadt Kassel

---

<sup>19</sup> Nordstadtwerkstatt, 1999, S. 3

unabhängige Trägerstruktur unumgänglich. Hier entschied man sich vorerst für das Modell, sich im Schutz der Hochschule zu bewegen und dabei eine Finanzierung durch Werbeanzeigen anzustreben. Trotz dieser Unabhängigkeit wurde aber auch eine Kooperation mit den Beteiligten des Nordstadtprojektes erreicht. Dem Nordstadtprojekt mit seinen Mitarbeitern wurde eine Seite pro Ausgabe eingeräumt; außerdem erscheint es im Impressum der Zeitung unter „Kooperationspartner“. Der Ortsbeirat des Stadtteiles, zwei ev. Kirchengemeinden, das „Kulturzentrum Schlachthof“ und auch weitere Einrichtungen im Stadtteil nutzen bereits jetzt das Kommunikationsmedium. Auch die Moscheen des Stadtteiles sind von der Möglichkeit der Kooperation nicht ausgeschlossen.

„Nordwind“ wurde in seiner ersten Ausgabe in die Haushalte des Stadtteils verteilt (durch die Redaktionsmitglieder), in den folgenden zwei Ausgaben wurde er in Geschäften und Institutionen etc. ausgelegt. Die Zeitung hat einen Umfang von 16 Seiten, bei einer Auflagenhöhe von derzeit 3.200. Für die 4. Ausgabe (Mai 2000) ist eine Erhöhung der Seitenzahlen auf 20 vorgesehen. Ein vierteljährlicher Erscheinungsrhythmus hat sich eingependelt.

Eine Besonderheit gegenüber allen anderen ermittelten Stadtteilzeitungen ist hier, daß das Titelthema und eine weitere redaktionelle Seite ins Türkische übersetzt werden. Dies ist der Versuch, die große Anzahl der im Stadtteil lebenden türkischen MitbürgerInnen am Geschehen im Stadtteil teilhaben zu lassen, bzw. die Bedingungen dafür zu schaffen. Eine Resonanz der Bevölkerung darauf ist aber bis jetzt noch nicht erfolgt.

Um für das „ehrenamtliche“ Projekt MitstreiterInnen zu gewinnen wurde es seit dem Sommersemester 1999 als Hochschulprojekt „Nordstadtwerkstatt“ in das Veranstaltungsverzeichnis des Fachbereiches Sozialwesen aufgenommen, worauf allerdings bis jetzt praktisch keine Resonanzen erfolgten. Das Projekt „steht und fällt“ mit dem persönlichen Engagement der Beteiligten. Für die fernere Zukunft ist hier noch keine Lösung in Sicht, eine Trägerschaft für die Sicherung der Personalkosten ist auf lange Sicht, meiner Meinung nach, unabdingbar. Der erhebliche Arbeitsaufwand, der durch Anzeigenaquise und Layout entsteht, wird



langfristig nicht ehrenamtlich durchführbar sein.

Es steht auch die Überlegung im Raum, die Zeitung auf den Nachbarstadtteil „Philippinenhof“ auszuweiten, um dort vielleicht auf größere Sponsoren zur Unterstützung der Arbeit zu treffen.

Das Beispiel der Offenburger „West Seit“ könnte in Kassel - als Idealvorstellung - durchaus als Vorbild fungieren.

#### **4. Konzeptionelle Überlegungen für Stadtteilzeitungen in der sozialen Arbeit – verallgemeinerbare Resultate**

Nun möchte ich den Versuch unternehmen, die Ergebnisse meiner Erhebung und meine persönlichen Erfahrungen mit der Arbeit an einer Stadtteilzeitung zusammenzufassen, um daraus einige verallgemeinerbare Schlußfolgerungen zu formulieren. Dies soll zwar kein „Handbuch für Stadtteilzeitungen“ sein, aber dennoch möchte ich hier gerne einige Anregungen, sowohl für neu entstehende, als auch schon bestehende Projekte geben, zumindest aber diese zur Diskussion stellen.

Vorerst möchte ich aber noch auf die Thematik „soziale Brennpunkte“ eingehen. Aus meiner Erhebung läßt sich in den meisten Fällen nicht eindeutig feststellen ob es sich in den betreffenden Verteilgebieten der Zeitungen um soziale Brennpunkte handelt, bzw. ob solche sich in den entsprechenden Stadtteilen verorten lassen. Meine Vermutung ist eher dahin gehend, daß dies in den meisten Fällen nicht so ist. In diesem Bereich meiner Auswertung muß ich mich also in erster Linie auf Erfahrungen aus dem Projekt „Nordstadtwerkstatt“ beziehen. Feststellen läßt sich jedoch anhand der ermittelten Zeitungen, daß die Thematik „MigrantInnen“, die ja als charakteristisch für diese Gebiete angesehen werden kann, nur in dem Kasseler Projekt explizit aufgegriffen wurde. Hier wird, wie ja oben bereits erwähnt, ein Teil der Ausgabe in türkischer Sprache abgedruckt, um auch diesen Menschen die Chance zu geben, Informationen zu bekommen und im Stadtteil mitsprechen zu können. Die bis jetzt erst sehr kurze Erscheinungsdauer des „Nordwindes“ läßt hier allerdings noch keine Rückschlüsse zu. Die bisherige Wirkung der Zeitung auf die türkisch sprechende Bevölkerung ist in dieser kurzen Zeit noch nicht nachvollziehbar. Wichtig ist der Redaktion des „Nordwindes“ aber auch der Gedanke, Voraussetzungen und Bedingungen im Stadtteil zu schaffen, die es den verschiedenen Bevölkerungsgruppen ermöglichen, sich zu verständigen und einander anzunähern, sofern sie das wollen. Die größte Hürde dabei ist unserer Meinung nach die Sprachbarriere. Wie die Einzelnen damit umgehen, bleibt ihnen letztendlich selbst überlassen; Entwicklungen dies betreffend sind abzuwarten. Leider ist unter den ermittelten Stadtteilzeitungen keine aus einem Gebiet, wie beispielsweise Ber-

lin Kreuzberg, was ja für den hohen Anteil türkisch sprechender Menschen bekannt ist. Hier muß also nochmals betont werden, daß der Hauptaugenmerk meiner Erhebung auf den Organisationsformen der Stadtteilzeitungen liegt. Sicherlich wäre es auch noch interessant zu untersuchen, ob es überhaupt GWA-Projekte oder etwas vergleichbares im Bereich eines Stadtteiles mit hohem MigrantInnenanteil in Deutschland gibt.

Jetzt möchte ich noch einige, meiner Meinung nach, wichtige Teilbereiche einer Stadtteilzeitung, im konzeptionellen Zusammenhang aufführen.

#### **4.1 Die Redaktion und ihre Kooperationspartner**

Eine besondere Bedeutung kommt der Redaktion einer Stadtteilzeitung zu. Als Vermittler zwischen den verschiedenen Interessengruppen im Stadtteil wird eine gewisse Steuerung des Gesamtprozesses unvermeidbar bleiben. Die Zeitung muß „bürgernah“ sein, soll also Kritik an Mißständen üben können und versuchen, sich für die Belange der BürgerInnen einzusetzen. Gleichzeitig darf sie aber auch nicht „unzensuriert“ jede Äußerung aus der Bevölkerung aufgreifen. Leicht besteht die Gefahr, zu einem „Hetzblatt“ gegen Kommune und öffentliche Instanzen zu werden, die ja oftmals als „Sündenbock“ für Mißstände in den Köpfen der Menschen stehen. Um in der Bevölkerung akzeptiert zu werden muß die Zeitung auch „Biß“ haben, ihre Aktionen dürfen sich nicht als „Seifenblasen“ entpuppen. Dies würde die Zeitung als harmloses Werbeblättchen, oder als „Pseudo-Bürgerzeitung“ unwiderruflich in die Unbedeutsamkeit drängen. Um diesen „Drahtseilakt“ zu vollziehen, sich einerseits für ein besseres Leben im Stadtteil aktiv einzusetzen, sich aber andererseits auch mit den gegebenen politischen Strukturen zu arrangieren und auch Kooperationspartner einzubeziehen, ist die Errichtung einer Stammredaktion, wie es auch in den meisten Stadtteilzeitungen üblicher Weise gehandhabt wird, von Wichtigkeit. Diese „strategische Insel“, auf der Selbstverständnis und Konzepte immer wieder aufs neue den, sich oft

ändernden äußeren Umständen angepaßt werden muß, ist von tragender Bedeutung. Anpassung meint hier nicht etwa eine Unterordnung der eigenen Ansprüche unter die bestehenden Machtstrukturen im Stadtteil, sondern eine Flexibilisierung von Strategiekonzepten. Die Inhalte der Zeitung und somit auch deren Wirkung in der Bevölkerung sind hier grundsätzlich zu diskutieren und reflektieren. Hier sollten auch die verschiedenen Teilaufgabenbereiche der Zeitung zusammenkommen. Die Stammredaktion wäre also hier ein Vernetzungsgremium innerhalb der Zeitung. Auch im Hinblick auf mögliche Sponsoren oder Kooperationspartner muß Grundsätzlich hier eine Vorabsprache erfolgen. Zusammen mit den Kooperationspartnern ist dann die Einrichtung einer weiteren, erweiterten Redaktionssitzung von Vorteil. Diese könnte dann einmal pro Auflage stattfinden und möglicherweise auch als öffentliche Redaktionssitzung ausgelegt werden. Die Stammredaktionssitzungen sollten nicht zu oft stattfinden, wichtigste Sitzung ist hier die Schlußredaktion. Diese muß absolute Priorität zu allen anderen Gremien und Besprechungen der Zeitung und ihrer Mitarbeiter haben.

Zu den Kooperationspartnern möchte ich hier noch anmerken, daß diese nicht aus eigenen, persönlichen Interessen oder Überzeugungen ausgewählt werden dürfen. Im Vordergrund muß dabei immer die strategische Frage stehen, was für den Stadtteil, bzw. die dort lebenden Menschen wichtig ist. Die Kooperationspartner können daher auch aus den verschiedensten Bereichen stammen. Diese können, um nur einige zu nennen, sein: Ortsbeiräte, Kommunalpolitiker und Dezernenten, Polizei, Wohnungsbaugesellschaften, Mieterbeiräte und -vereine, Sportvereine, Hochschulen, Schulen, Kindergärten, Institutionen wie Jugend-, Sozial-, und Wohnungsamt, Kulturzentren, Jugendzentren, Kirchen aller Konfessionen und deren Einrichtungen, Moscheen, Firmen und Geschäfte des Stadtteiles, Beschäftigungsprojekte, Schuldner- und Mieterberatungsstellen, Sozialpädagogische Familienhilfe, Selbsthilfeorganisationen und –initiativen, Kulturvereine und natürlich auch bereits bestehende GWA-Projekte. An dieser Vielfältigkeit wird auch nochmals die Notwendigkeit deutlich – die ja auch von der GWA her bekannt ist - sich mit den Gege-

benheiten im Stadtteil genauestens auszukennen.

## **4.2 Die Finanzierung**

Die Beispiele in Kapitel 3 zeigen ja bereits die gängigsten Finanzierungsmodelle von Stadtteilzeitungen auf. Wo GWA-Projekte vorhanden sind, ist auch meistens, zumindest was die Personalkosten beteiligter GemeinwesenarbeiterInnen betrifft, Fördermittel vorhanden. Durch Überzeugungsarbeit können auch hier noch weitere Kooperationspartner eingebunden werden. In der GWA ist Zeitungsarbeit als Öffentlichkeitsarbeit allgemein anerkannt und akzeptiert. Als klassische Förderer der GWA in Form der Trägerschaft können Diakonisches Werk und Caritasverband bezeichnet werden.

Für die Finanzierung der Druck- und Herstellungskosten wird bei den meisten Zeitungen der Weg über Werbeanzeigen gewählt. Diesen Weg möchte ich nicht nur als eine gewisse Möglichkeit der Finanzierung einer Stadtteilzeitung ansehen, sondern als empfehlenswertes Prinzip der Arbeit allgemein aufführen. Gerade hierdurch wird ja auch eine gewisse Akzeptanz und Verwurzelung der Zeitung im Stadtteil erreicht. Geschäftsleute sind Anlieger des Stadtteiles, oftmals sogar gleichzeitig auch seine BewohnerInnen. Sie sind zu einem beträchtlichen Teil am Gebilde „Stadtteil“ und der damit verbundenen Infrastruktur beteiligt. Außerdem können diese vorhandenen Strukturen als Auslagestellen genutzt werden, worauf ich im Punkt 4.3 noch näher eingehe.

Wo allerdings (noch) kein GWA-Projekt vorhanden ist, wie in dem Kasseler Hochschulprojekt „Nordstadtwerkstatt“, sind Werbeanzeigen wahrscheinlich anfangs der einzige Weg, eine unabhängige Stadtteilzeitung zu etablieren. Sinn und Nutzen von Werbeanzeigen sind aber dennoch zu überprüfen. Die hochsensible Grenze zwischen einem Medium sozialer Arbeit, finanziert mit Mitteln der freien Wirtschaft und einem Medium der freien Wirtschaft was nebenher noch eine „soziale Botschaft“ enthält, sollte bedacht werden. Diese Grenze kann nur im Einzelfall, beruhend

auf Erfahrungen vor Ort ausgemacht und ergründet werden.

Betrachtet man den erheblichen Arbeitsaufwand, den die Betreuung der Anzeigenkunden mit sich bringt, so wird man langfristig gesehen nicht ohne eine Finanzierung der Personalkosten auskommen, was für die redaktionelle Arbeit ebenfalls gilt. Möglicherweise könnten hier in der Zukunft neue Modelle entwickelt werden, wie beispielsweise ABM-Stellen, ASS-Stellen oder auch die, teilweise schon erfolgreich praktizierte Zusammenarbeit mit Beschäftigungsprojekten städtischer und freier Träger.

### **4.3 Die Verteilung, oder: Wie kommt die Zeitung zum Bürger?**

Zunächst läßt sich anmerken, daß zwei verschiedene Möglichkeiten der Verteilung denkbar sind: Man kann die Zeitung entweder an alle Haushalte des Stadtteils/Stadtgebiets durch Einwurf in die Hausbriefkästen verteilen oder in Geschäften und Institutionen des Stadtteils auslegen. Bei beiden Formen lassen sich sowohl Vorteile als auch Nachteile für die Gesamtkonzeption aufzeigen.

- *Verteilung der Zeitung an alle Haushalte*

Zunächst läßt sich feststellen, daß durch die Verteilung der Zeitung an alle Haushalte potentiell die meisten Menschen im Stadtteil erreicht werden. Dies bringt einen nicht zu unterschätzenden, erheblichen Aufwand mit sich. Einerseits muß die Verteilung finanziert und organisiert werden, andererseits schlägt sich dies natürlich auf die Höhe der Druckkosten nieder, da diese Form der Verteilung der Zeitung die maximale Auflagenhöhe und somit auch maximale Druckkosten bedeutet. Bei einem Stadtteil, wie beispielsweise der Kasseler Nordstadt mit ca.16.000 Anwohnern, würde die Auflagenhöhe bei Abdeckung aller Haushalte ca. 6.000 betragen.

In Bezug auf die Gesamtkonzeption einer Stadtteilzeitung läßt sich die Umsetzung der Verteilung derselben als mögliches Vernetzungsglied im Stadtteil ausmachen. Wo Bürgernähe fehlt, kann diese durch Kooperation

mit bestehenden Projekten (z.B. Beschäftigungsprojekte mit Langzeitarbeitslosen aus dem Stadtteil) oder Institutionen (z.B. Schulen, Jugendzentren, Kirchen) hergestellt werden.

Zu erwähnen sei weiterhin der gesteigerte Wert einer Werbeanzeige für ihren Inserenten, bei einer „Direktlieferung“ seiner Anzeige „frei Haus“. Bei einem zu großen Werbeumfang besteht jedoch Grundsätzlich die Gefahr, daß die Zeitung selbst als „Werbeblättchen“ verkannt wird und ungelesen zur Mülltonne wandert.

- *Auslage der Zeitung in Geschäften, Institutionen, Arztpraxen usw.*

Selbst bei einer kostenlosen Auslage der Zeitung in den wichtigsten Geschäften aller Bevölkerungsgruppierungen, Institutionen und Arztpraxen, wird man doch einen Teil der Anwohner des Stadtteils zunächst nicht erreichen. Wer beispielsweise selten im Stadtteil einkauft, wird so nur zufällig erreicht werden. Hinzu kommt, daß in den Geschäften oft nur wenig Zeit bleibt, und so der erste äußere Eindruck der Zeitung bestimmt, ob sie mitgenommen wird oder nicht. Wer generell keine Werbeauslagen oder ähnliches beachtet, weil diese oft nur unnötigen Ballast bedeuten oder sowieso später im Mülleimer landen, hat hier nur wenig Chancen die Zeitung mitzubekommen.

Doch die Möglichkeit der Verteilung der Zeitung durch Auslagestellen bietet auch einige erhebliche Vorteile für die Arbeit. Zum einen die oben bereits erwähnte Kostenersparnis: Um beim Beispiel der Kasseler Nordstadt zu bleiben, reduziert sich hier die Auflagenhöhe auf ca. 3.200 Exemplare. Die Auslagestellen sind in kürzester Zeit bedient, müssen aber gegebenenfalls nachbeliefert werden. Auch hier wäre eine Vernetzung mit verschiedenen Projekten im Stadtteil denkbar. Desweiteren erscheint hier aber noch ein anderer Punkt, der sich als erheblicher Gewinn gegenüber einer Verteilung in alle Haushalte auszeichnet: Die Verteiler der Auslagestellen erfahren auf ihrer „Tour“ durch die Geschäfte eine Welle von Rückmeldungen, die durchaus für die Zeitungsmacher von großem Nutzen sein können. Menschen, die sich vielleicht normalerweise nicht trauen würden, der Redaktion selbst ein „Feedback“ zu ge-

ben, melden dies im Kontakt zum Verkäufer im Einkaufsladen an. Sie fragen nach, wann die neueste Stadtteilzeitung erscheint oder geben positive oder negative Rückmeldungen zum Inhalt. Allein schon durch die Beobachtung oder durch die Nachfrage, „wie den die Zeitung so geht“, können so wichtige Informationen gewonnen werden, die nicht zuletzt auch für das Selbstverständnis der „Macher“ von großer Bedeutung sein können. Hier wird also kein neues System in den Stadtteil eingeführt, sondern schon vorhandene Strukturen werden „benutzt“, Ressourcen des Stadtteils sinnvoll ausgenutzt.

Für die auslegenden Geschäfte ergibt sich ein werbewirksamer Vorteil, wenn die Auslagestellen in der Zeitung aufgeführt werden: Förderung der lokalen Ökonomie als Nebenprodukt sozialer Arbeit.

Eine zusätzliche Einnahmequelle kann durch den Verkauf der Zeitungen entstehen. Dabei bleibt jedoch zu prüfen, ob hierdurch die Zugangsschwelle zu der Zeitung nicht zu hoch wird. Desweiteren müßte auch noch überprüft werden, ob der relativ hohe Arbeits- und Organisationsaufwand und die dabei entstehenden Kosten nicht den Nutzen übersteigen würden. In der praktischen Anwendung habe ich den Verkauf von Stadtteilzeitungen bis jetzt auch nur bei einigen, sehr kleinen Projekten, mit einer Auflagehöhe von bis zu 300 ausmachen können.

Denkbar wäre auch eine Mischform, d.h. Verteilung und Auslagestellen. Es können z.B. Kinder die Zeitung direkt aus Schulen und Kindergärten mit nach Hause nehmen oder Vereine sie an ihre Mitglieder verteilen.

## **5. Ausblick**



Funktionierende Beispiele für Stadtteilzeitungen gibt es viele. Dies und weiterhin, die große Chance, die soziale Arbeit damit im Stadtteil hat, ein wenig verdeutlicht zu haben, wünsche mir als Resultat meiner Arbeit. Die spezifische Fragestellung nach Stadtteilzeitungen in sozialen Brennpunkten und der Übertragbarkeit allgemeingültiger Resultate hierfür konnte noch nicht eindeutig geklärt werden. Wie in vielen anderen Bereichen der sozialen Arbeit auch, ist die Praxis oft der Motor. Die Praxis selbst wiederum bleibt aufgefordert, sich zu vernetzen und gegenseitig an den verschiedenartigen Ausgangslagen voneinander zu lernen. Diese Vernetzung ist in einigen Bereichen schon erfolgt, nennen möchte ich hier beispielsweise das „Forum Gemein Wesen Arbeit Saar“ aber auch den „Verband für sozial-kulturelle Arbeit e.V.“ der mir freundlicher Weise seine Mitgliederliste für meine Recherchen zur Verfügung stellte. Ich möchte meinen Teil dazu beitragen, indem ich im Anhang 2 die hier behandelten Stadtteilzeitungen mit ihren Anschriften aufliste. Freuen würde mich ganz besonders, wenn das Kasseler Modell, einen überregionalen Kontakt zur Offenburger Zeitung „West Seit“ herzustellen und dabei Erfahrungen auszutauschen, Schule machen würde. Ich könnte mir das Internet als zukünftiges Medium der Vernetzung, aber auch der Stadtteilzeitungen selbst vorstellen.

## **6. Literatur**

- Autorengruppe 'Märkische Viertel Zeitung', Stadtteilzeitung: Dokumente und Analysen zur Stadtteilarbeit, Reinbek bei Hamburg, 1974,
- Becker, U., Soziale Brennpunkte (s.B.), in: Kreft/Mielenz (Hrsg.), Wörterbuch Soziale Arbeit, Weinheim u. Basel, 4.Aufl., 1996
- Bundesministerium für Frauen und Jugend, Kinder- und Jugendhilfegesetz, Bonn, 6.Aufl., 1994
- Hessisches Ministerium Für Frauen, Arbeit und Sozialordnung, Grundsätze zur Verbesserung der Lage in Sozialen Brennpunkten, 1994
- Kreft, D.; Mielenz, I., Soziale Arbeit, in: Kreft/Mielenz (Hrsg.), a.a.O., 1996
- Landesarbeitsgemeinschaft Soziale Brennpunkte Hessen e.V. (Hrsg.), 25 Jahre, Gießen, 1999
- Nordstadtwerkstatt, Nordwind, Kassel, Ausgabe 1, Juli 1999
- Ortsverein West der SPD, westwärts, Kassel, 15. Ausgabe, Dezember 1999
- Puhl, R., Öffentlichkeitsarbeit, in: Kreft/Mielenz (Hrsg.), a.a.O., 1996
- Rütten, Anton, Integrationspolitik der Landesregierung Nordrhein-Westfalen, in: Forschungsinstitut der Friedrich-Ebert-Stiftung, Ghettos oder ethnische Kolonien?, Bonn, 1998
- Stadtteilbüro Malstatt (Hrsg.), Projektbericht Stadtteilbüro Malstatt, Saarbrücken, 1997

## **7. Anhang 1**

- **Fragebogen zur Erstellung eines Vergleiches von Stadtteilzeitungen**

**Fragebogen zur Erstellung eines Vergleiches von Stadtteilzeitungen**

Name der Stadtteilzeitung \_\_\_\_\_

1. Seit wann besteht Ihre Stadtteilzeitung? Gründungsjahr: \_\_\_\_\_

2. Welche Initiativen/Institutionen/Einzelpersonen (auch Funktion/Beruf) waren maßgeblich an der Gründung beteiligt? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_2.1 Sind diese noch daran beteiligt?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_3. Wer ist der Träger Ihrer Zeitung?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

4. Wie hoch sind die Kosten für eine Auflage? \_\_\_\_\_

4.1 Wie hoch sind die Personalkosten, welche Arbeitszeit von Mitarbeitern geht ein?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_4.2 Wie hoch sind die Druck- und Papierkosten für eine Auflage?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_5. Wie wird die Zeitung finanziert? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_6. Welche Rolle spielen Werbeanzeigen bei der Finanzierung? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_7. Wie oft erscheint die Zeitung?  monatlich  2-monatlich  
 vierteljährlich  halbjährlich  \_\_\_\_\_

8. Welchen Umfang (Seiten) hat die Zeitung? \_\_\_\_\_

9. Wie hoch ist die Auflage Ihrer Zeitung? \_\_\_\_\_

10. Wie wird die Zeitung verteilt? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



## 8. Anhang 2

### Adressenliste der hier behandelten Stadtteilzeitungen

- **Molschder Blatt**  
 Stadtteilbüro Malstatt  
 Alte Kirchhofstraße 6b  
 66115 Saarbrücken Tel. 0681/47611
- **Burbacher Dorfblatt**  
 Gemeinwesenarbeit Burbach  
 Serriger Straße 20  
 66115 Saarbrücken Tel. 0618/761950
- **Alt-Saarbrigger Schniss**  
 Stadtteilbüro Alt-Saarbrücken  
 Gersweilerstraße 7  
 66117 Saarbrücken Tel. 0681/51252
- **Wackenberger Echo**  
 PÄDSAK e.V.  
 Rubensstraße 78  
 66119 Saarbrücken Tel. 0681/853514
- **Wolkenkratzer**  
 Kontaktzentrum Folsterhöhe  
 Hirtenwies 11  
 66117 Saarbrücken Tel. 0681/56429
- **Kolonieschacht Nachrichten**  
 Gemeinwesenprojekt Kolonieschacht  
 Am Kolonieschacht 3  
 66299 Friedrichsthal      Tel. 06897/88044
- **Rauchzeichen**  
 Gemeinwesenprojekt Kohlenmühl  
 Bei der Kohlenmühl 6  
 66280 Sulzbach      Tel. 06897/842006
- **Der Treffpunkt**  
 Gemeinwesen-Treffpunkt Merzig  
 Am Schalthaus 2  
 66663 Merzig      Tel. 06861/73696

- **Astersteiner so is'es Blättchen**  
GWA Asterstein  
Am Luisenturm 11  
56077 Koblenz    Tel. 0261/79470
- **Kreutz Weiße Neuschkeite**  
GWA 'Im Kreutzchen'  
Im Kreutzchen 74  
56070 Koblenz    Tel. 0261/83110
- **Treffpunkt**  
Gemeinwesenverein Heerstraße Nord e.V.  
Obstallee 22D  
13593 Berlin-Spandau    Tel. 030/3634112
- **Stadtteilzeitung des Nachbarschaftsvereins Lankwitz**  
Nachbarschaftszentrum  
Halbauer Weg 2  
12247 Berlin    Tel. 030/76680894
- **Stadtteilzeitung Rieselfeld**  
K.I.O.S.K. auf dem Rieselfeld  
Rieselfeldallee 31  
79111 Freiburg    Tel. 0761/4760689
- **Stadtteilzeitung Weingarten**  
Forum Weingarten 2000 e.V.  
Krozinger Straße 11  
79114 Freiburg    Tel. 0761/46611
- **Stadtteilzeitung Gaisental/Weißes Bild & Fünf Linden**  
Stadtteilbüro Gaisental/Weißes Bild & Fünf Linden  
Siebenbürgenstr. 11  
88400 Biberach    Tel. 07351/12380
- **West Seit'**  
Stadtteil- und Familienzentrum Albersbösch  
Altenburger Allee 8  
77656 Offenburg    Tel. 0781/953511
- **D'r Wibling'r**  
Christa Kuisl  
Binsenweiherweg 9  
89079 Ulm    Tel. 0731/46406

- **westwärts**  
Stadtteilzeitung westwärts  
Humboldtsr. 8a  
34117 Kassel      Worud@aol.com
- **Nordwind**  
Nordstadt-Werkstatt der UGhK  
Fachbereich Sozialwesen  
Arnold-Bode-Straße 10  
34127 Kassel      Tel. 0561/8042903